

# Kaj se lahko iz filma *Bombna misija* nauči slovenska filmska produkcija?

Aleš Blatnik

Če se danes želite ukvarjati s filmsko produkcijo, ni dovolj, da vas žene samo goreča želja, posneti film. Nadpovprečno dobro morate biti razgledani v poslovnem smislu. Velika verjetnost je namreč, da bo vaš projekt propadel. Tudi če bo deležen kritiškega uspeha, to še ne pomeni, da bo finančno smiselno. Ker filmska produkcija ostaja najslabše razumljena plat filmskega procesa, se zdi prikladno, da si nekoliko pogloblje ogledamo, kaj se z njo dogaja – na primeru filma *Bombna misija* (*The Hurt Locker*, 2008, Kathryn Bigelow).

## Film

Osnova za film je bilo pisanje Marka Boala, novinarja, ki se je v Iraku pridružil ameriškim vojaškim enotam na terenu in v živo opazoval dejavnosti ameriške vojske. Samo po sebi se je torej zdelo, da gre za aktualno temo, ki jo bo lahko prodati, saj je Irak pereča zadeva, ne? Ne. Novejši filmi z vojnimi temami so pred tem drug za drugim pri občinstvu precej flopnili. Na misel prihajajo *Marinec* (*Jarhead*, 2005, Sam Mendes), *V dolini smrti* (*In the Valley of Elah*, 2007, Paul Haggis) in *Cenzurirano* (*Redacted*, 2007, Brian De Palma).

Ustvarjalcem filma *Bombna misija* je uspelo posneti resno dramo z odličnimi igralskimi kreacijami in izvrstno režijo, vredno oskarja. Ni naključje, da se je film znašel celo na lestvicah najboljših filmov preteklega desetletja. Vendar, ali sta dobra ekipa in dober film sama po sebi zagotovilo za uspeh?

## Produkcija

Neodvisna produkcija je postala silno nevhvaležna zadeva. V zadnjih letih je borza zradirala mnoge sklade tvegane kapitala, ki so vlagali v takšne produkcije. Države – na drugi strani – pa so postale previdnejše z deljenjem davkoplačevalskega denarja preko raznih nacionalnih filmskih skladov. Finančna kriza se je dotaknila celo držav Bližnjega vzhoda in tudi premožni šejki so postali zadržani. V takšnih razmerah je zelo težko zbrati denar za filme "srednjega razreda", kamor še vedno sodi tudi *Bombna misija*, čeprav je to že skoraj spo-

dnji del repa tega produkcijskega razreda, ki je zmeraj bolj ogrožen. Na eni strani so namreč še večji proračuni največjih potencialnih poletnih kino filmov, kjer številke okoli 100 milijonov veljajo za zmerne. Na drugi strani pa so vedno cenejši neodvisni filmi, ki imajo celo goro težav, predvsem zaradi prave poplave vsakovrstnega produkta, zaradi katerega je težko dobiti zgledno distribucijo. Na tem nizkoproročunskem polu vsi skušajo zadeti v črno s kakšnim hitom, kot je bil recimo *Paranormalno* (*Paranormal Activity*, 2007, Oren Peli) – posnet za vsega skupaj 11.000 dolarjev, na blagajnah pa je prinesel več kot 100 milijonov. Nizkoproročunski filmi, posebej shriljivke, so veljali za dokaj varno naložbo. A z implozijo fizičnega video posla (v ZDA se ravno zdaj zapira na tisoče fizičnih videotek) tudi ta oblika produkcije ni več zanesljiva, saj je "zanesljivih" kupcev, na katere so lahko prej računali (naročila videotek in DVD-trgovin, ki so bila v tisočih, morda celo deset tisočih kosih), zmeraj manj.

Proračun filma *Bombna misija* je znašal 11 milijonov dolarjev (približno 7,5 milijona evrov), če je verjeti podatkom v javnosti – ker je bilo vpletenih nekaj produkcijskih podjetij, je številka verjetno kar prava. Vsekakor gre za precej nizek proračun glede na tip in zahtevnost filma.





## Prodaja

Tovrstni tip produkcije nima vnaprej zagotovljene distribucije, kar pomeni, da mora licenco za predvajanje filma prodajati po teritorijih in posamično. Ne gre za preprost proces, še posebej v času ekonomske krize. Res: prodaja po teritorijih je stekla sila počasi. Še preden so prodali licenco za ZDA, so bile prodane za nekatera druga ozemlja. To je bil dovolj zgovoren podatek: licenca za Severno Ameriko je namreč zmeraj med dražjimi, in kot se zdi, si je kar nekaj časa ni nihče upal kupiti zaradi slabih kino rezultatov nedavnih vojnih dram in sploh celotne gospodarske krize. Prodajanje filma se je namreč dogajalo ravno v času zloma bančnega sistema in propada banke Lehman Brothers – v drugi polovici leta 2008.

Film se je predstavil na jesenskem festivalu v Benetkah 2008, kjer je požel zelo dobre kritike. A kupca za ameriški trg je našel šele nekaj tednov kasneje na festivalu v Torontu.

Sledile so tudi prodaje na druge teritorije in kljub vedno boljšemu odzivu producenti bistveno več, kot je film stal, verjetno niso iztržili. Distributerjem je prinesel okoli 16 milijonov dolarjev, od tega dobrih 12 na trgu ZDA. Zgodba bi bila lahko tudi drugačna. Če se ga ne bi opazilo – kar je v poplavi vseh mogočih produktov še kako možno – bi investitorjem prinesel izgubo, kar je celo običajno. Večina filmov namreč nikoli ne naredi dobička.

## Zaključek & slovenska scena

Produksijska zgodba *Bombne misije* je zelo nazorna. Še posebej, ker so ga zdaj "odkrili" tako mediji kot kritiki. Film pobira nagrado za nagrado raznih kritičkih združenj, mediji pa tudi precej pišejo o njem, o njegovem verističnem prikazu življenja vojakov, pa tudi o njegovi apolitičnosti (*»med jarki ni politike, samo boj za preživetje«*).

Film, ki bi enako verjetno lahko skrahiral, je postal tudi eden glavnih kandidatov za nagrado oskar. Vsekakor lep uspeh. Tudi finančno se je bolj ali manj pokril, čeprav seveda ne povsod enako.

Kar nekaj od primera *Bombna misija* je smiselno vzeti v poštev, ko se premleva o slovenskih produkcijah. Na naših tleh smo namreč zadnje čase priča nekritični medijski promociji garažnega režiserja brez večjih izkušenj, ki preko medijev predrzno promovira blodnjo, da naj bi bila država dolžna podpreti njegov – od *Bombne misije* ne dosti cenejši (!) – izdelek, pa čeprav je njegov filmski pedigre več kot skromen: le amaterski DV-film, posnet s prijatelji.

To je seveda absurdno, naivno in popolna neumnost, a kot rečeno: filmska produkcija je polje, kjer vlada precejšnje neznanje, mediji pa radi polnijo svoje rumene strani in minute. A ta farsična situacija je v nečem le koristna: je namreč dober pokazatelj, da Slovenija nujno potrebuje nov razmislek o strateških prioritetah nacionalne produkcije, ki bi razjasnil pravila igre. In tudi to, da ne bomo gledali tovrstnega nepotrebnege medijskega nastopaštva. Od tega, da bi delali takšne filme, kot je *Bombna misija*, smo še svetlobna leta daleč. Treba se je zavedati, da ne samo, da za kaj takega nimamo finančnih zmožnosti, ampak žal tudi nimamo primernege kadra: če smo bili do zdaj navajeni pritoževanja akademskih režiserjev, si po novem celo neznanji filmarji domišljajo, da so upravičeni do velikih državnih sredstev, o katerih v današnjih težkih časih celo Lynchi, Wendersi, Figgisi in podobni znameniti režiserji tega sveta lahko le sanjajo. Perverzno.

Za povečanje produkcijskega znanja najprej potrebujemo več produkcij. In namesto dragih produkcij obstaja alternativa, o kateri velja resno razmisliti: če je mogočni ameriški Paramount ustanovil produkcijsko enoto, ki bo snemala filme do 100.000 dolarjev (manj kot 70.000 evrov), ni razloga, da se česa podobnega ne bi lotili tudi mi. Potrebna sta le politična volja in radikalen pristop. Glede na trenutne klavrne razmere se zdi, da lahko zgolj pridobimo. Digitalno filmsko revolucijo velja izkoristiti, čas za to pa ne bo nikoli boljši.



Film *Bombna misija* prihaja na spored slovenskih kinematografov predvidoma 18. februarja 2010.